



Si Casandra levantara la cabeza

JOSÉ MANUEL CASADO GONZÁLEZ, Socio de Talent & Organization Performance de Accenture

Por el tipo de trabajo que tengo mucha gente me pregunta ¿qué crees que va a pasar o cuánto va a durar esta situación económica? Pero, por la misma razón, tengo la suerte de coincidir con distintas y variadas personalidades del mundo de la empresa y la academia a quien a su vez puedo escuchar disertaciones fundamentadas sobre un porvenir que se vislumbra en estos momentos desde una atalaya repleta de nubarrones con tonos y colores de incertidumbre y zozobra. La respuesta es siempre ambigua y casi la misma, aunque depende de la personalidad y capacidad de asumir riesgo del interlocutor, pero que puede resumirse en otra pregunta ¿quién sabe?

Con lo que ha ocurrido últimamente, desde septiembre de 2008 hasta hoy, y no tan últimamente, por ejemplo, en la última década, habría que ser Casandra para adivinar el porvenir. Recordará, mi querido lector, el relato de los clásicos griegos referido a Casandra; esa hermosa y joven mujer, hija de Príamo, rey de Troya. Resulta que su tremenda belleza atrajo la atención del dios Apolo quien la confirió la capacidad de ver el futuro; pero cuando Casandra no cedió a las pretensiones amorosas de Apolo, éste la castigó con la siguiente maldición: "podrás continuar viendo el futuro, pero nadie te escuchará ni te creerá". Así cuando Odiseo guiando a los griegos, decidió entrar en Troya escondidos en un enorme caballo de madera, Casandra

voz en grito advirtió a diestro y siniestro del peligro que corría el pueblo troyano, pero nadie la escuchó. El resto lo conocen perfectamente, los griegos salieron del caballo de madera y sometieron al pueblo troyano. Los troyanos estaban demasiado centrados en la urgencia de su día a día como para perder el tiempo escuchando a Casandra. Se fijaron más en el pasado y en lo que les preocupaba en ese momento que en el futuro que les anunciaba la predicción.

Pero... ¿qué ha pasado en la última década para que tengamos que echar mano hasta de Casandra? Si uno repasa en lo que ha ocurrido en los últimos diez años, diría que la pasada década ha sido casi de vértigo histórico. Los cambios a los que nos hemos enfrentados han sido de órdago: únicos, sucesivos y súbitos. Hace apenas 10 años, en 1998 y 1999 a la vez que una bolsa exuberante mostraba sus más abultadas cotizaciones de la historia, asistíamos a un pico sin precedentes en la implantación de soluciones empresariales abanderado por el eCommerce y la agobiante preocupación por dar respuesta al temido, pero que a la postre resultó casi inofensivo, efecto 2000. Al poco tiempo, la burbuja *dot.com* explotó casi a la par que lo hicieran los aviones que nos aterrizaron en un maldito 11S de 2001; fecha que alumbró la globalización del terrorismo inundando de dolor los corazones y tiñendo de san-

gre las calles no sólo norteamericanas, sino también, aunque posteriormente, españolas y londinenses con los terroristas e actos inexplicables desde la razón del 11M de 2004 y en 7J de 2005 respectivamente.

La economía sufrió entonces una pequeña depresión que se mantuvo hasta que en 2004 comenzó una nueva recuperación que duraría hasta hace apenas un año. Es durante esa última recesión cuando las empresas comienzan desmitificar y a valorar en su justa medida todo lo que comienza por "e" (eEconomy, eCommerce, etc.) y también es por allá, por el 2003, cuando aparece el famoso caso Eron que pone en tela de juicio el valor de una ética y responsabilidad casi olvidadas por el gobierno de las grandes organizaciones durante una bonanza económica sin parangón y que parecía no tener fin. Comenzó la guerra de Irak, la seguridad del mundo se puso en entredicho y posteriormente la inestabilidad del precio del crudo de 2007 acarrió también una fuerte volatilidad para las dos monedas más importantes del mundo y todo confluó en un escenario de incertidumbre económica, que podríamos decir que casi comienza el de 17 marzo de 2008 cuando JP Morgan compra Bear Stearns por 236 millones respaldado por la Fed, y que se materializa en la crisis que se denominó de las subprime o hipotecas basuras y que han acarreado no sólo una bajada muy significativa del producto interior bruto de todos países del mundo, sino que además y lo que es más importante, mermó, sino acabó, con la confianza en el sistema y nos hizo a todos mucho más pobres.

La actual situación de constricción económica cambia las prioridades de los hombres de negocio y de la política que se centran en lo urgente y olvidan lo importante

Desde septiembre de 2008, el miedo parece haberse apoderado de los mercados y de la mente de los directivos haciendo más real que nunca el conocido presagio del ilustre Franklin Roosvert que decía que “a lo que hay que tener miedo, es al miedo”. Al final, la extensión global de la caída de la económica es tal, y en tan poco periodo de tiempo, que toda esta serie de acontecimientos han resultado en un entorno de negocio en el que es muy difícil o casi imposible predecir que es lo que va a suceder en los próximos meses.

Trabajo con muchas y grandes empresas y lo único que podría dar por cierto es que nos encontramos con presupuestos ajustados y que continúan ajustándose aún más... No se prevé la recuperación de la economía global a corto plazo; los plazos de ejecución se reducen... Importan la rapidez y el *time to value* y existe mucha presión en el corto plazo por reducir la plantilla... Y la recuperación del empleo será lenta.

En esta situación de incertidumbre global se trata de sobrevivir y pero sin olvidar que es muy importante construir las capacidades del futuro; y ello supone otorgar a la gestión del talento la importancia que tiene, lo que exige seis consideraciones fundamentales: entender el impacto que tienen los despidos, gestionar el ciclo de vida de las personas, generar compromiso, cambiar las reglas de juego



de la selección para hacernos ahora con los mejores, sacar partido a cada euro que se invierta y aprender a lograr una ventaja competitiva para cuando escampe, y todo eso, querido lector, a pesar de lo urgente.

Ya nadie sabe bien qué es lo que va a pasar. La actual situación de restricción económica cambia las prioridades de los hombres de negocio y de la política que se centran en lo urgente y olvidan lo importante, a

la vez que parecen no darse cuenta de que lo peor de esta crisis, no es la crisis en sí misma sino las consecuencias que acarrearán las decisiones que ahora estamos tomando. Le pido que recuerde a Einstein y tenga en cuenta que decía que “lo que más importa, no debe estar nunca a merced de lo que menos importa”. Ojalá que no nos pase a los directivos –de la empresa y de la política– lo que les ocurrió a los troyanos de nuestro relato: que estén demasiado obcecados con las urgencias de la crisis como para perder el tiempo escuchando a la Casandra hablar de lo verdaderamente importante. ▲

El miedo se ha apoderado de mercados y directivos. Como presagio Roosvert: “a lo que hay que tener miedo, es al miedo”



y **Santillana formación*** abren sus puertas.

CON MÁSTERS ONLINE

- MBA
- Dirección Comercial y Marketing
- Dirección Estratégica y Gestión de la Innovación
- Finanzas
- Dirección Bancaria
- Dirección y Gestión Turística
- Periodismo y Comunicación Digital
- Edición
- Nuevas Tecnologías aplicadas a la Educación

**ELIGE YA TU MÁSTER
Y TU MODALIDAD
DE APRENDIZAJE**



CON MÁSTERS PRESENCIALES

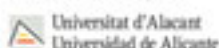
MBA en Empresas e Instituciones Culturales
Máster en Edición

Másters
presenciales
organizados
junto con



**UNIVERSIDAD
DE SALAMANCA**

Títulos emitidos por:



UAB

Universitat Autònoma de Barcelona



INFÓRMATE www.iup.es 902 215 512

INFÓRMATE

www.santillanaformacion.com/masters
902 215 513